

Стати майстром публічного виступу – це велике досягнення для того, хто цього забажає, тому що досягнуте відкриття йому дверей в усі сфери нашого життя.

Довгаль М.
НТУ «ХПІ»

ЧИ ПОТРІБЕН УКРАЇНІ ПОЛІЛІНГВІЗМ?

Ми живемо на території сучасної України, яка тільки-но стала самостійною державою, розпочала довгий шлях самостійного економічного й політичного розвитку, крізь сторіччя зберігала для нас свій культурний спадок.

Україна була й залишається багатонаціональною країною. Тож, незважаючи на те, що державною мовою в Україні є лише одна мова – українська, територія її ніколи не була закута в ланцюги однієї мови.

Ще більше для розвитку мов національних меншин посприяв законопроект, що набрав чинності 10 серпня 2012 р. Цей закон передбачає офіційне використання регіональних мов у роботі місцевих органів влади, якщо на території проживає щонайменше 10% носіїв мови. У цього законопроекту відразу з'явилися як прихильники, так і ті, хто був категорично проти його прийняття. Основна вимога, висунута його супротивниками, полягала в тому, що через деякий час після прийняття цього закону російська мова здобуде статус державної мови, що ставить під загрозу існування української мови, мови культурної спадщини нашої країни. І незважаючи на переконання чинної влади, що ніякої загрози для української мови не існує, з кожним днем це питання серед населення постає все частіше й гостріше.

Саме тому зростає актуальність питання: «А чи потрібен нашій країні полілінгвізм на державному рівні?». Поділ країни на Східну частину та Західну все чіткіший, а це не може бути сприйняте як позитивне явище.

Я вважаю, що єдиний вихід, який може розставити усі крапки над «і» в цьому питанні, – усеукраїнський «мовний» референдум, тому що лише український народ має вирішити, якою мовою йому послуговуватися.

Завада І.
НТУ «ХПІ»

ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКА МОВНО-ЛІТЕРАТУРНА ПРАКТИКА ТА ЗБАГАЧЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРНОЇ МОВИ

Понад п'ять століть західноукраїнські землі перебували у складі інших держав, не мали території та етнічної єдності. Ці історико-політичні обставини та своєрідні географічні умови (значний масив гірського рельєфу, що ускладнював спілкування між селами, містами й містечками) сприяли збереженню в мові населення деяких архаїчних рис, успадкованих з давньоруської мови, та виробленню нових діалектних рис, відмінних від тих, що формувалися у Східній Україні. Українська мова різних частин Західної України зазнавала впливу структурно віддалених мов держав-завойовників – польської, німецької, угорської, румунської. Унаслідок цього деякі лексичні, морфологічні, синтаксичні елементи згаданих мов протягом тривалого часу адаптувалися до системи української мови і стали органічним складником південно-західного наріччя, певною мірою вплинувши на специфіку його лексичного складу (*бюрократія*).

Демократизація української літературної мови в Західній Україні, започаткована М. Шашкевичем, І. Вагилевичем, Я. Головацьким в альманасі «Русалка Дністровая», відкрила шлях до широкого використання різних елементів південно-західного наріччя. Однак потреби української мови, яка, хоча й обмежено, почала функціонувати у пресі, шкільній та університетській освіті, діловодстві Західної України, зокрема Галичини, не могли задовольнятися лише народною мовою. Важливим джерелом залишилися і старокнижна українська та старослов'янська мови. Цілком природним процесом було творення нових слів, переважно абстрактної лексики, розширення значень знайомих слів, калькування (особливо термінів) із різних мов, а то й прямі запозичення, насамперед з польської та німецької, російської та ін. слов'янських мов (*етикета*).

Значними були відмінності у фонетичному, морфологічному оформленні (*кульоари, експльоатація*), у семантиці запозичених слів. Звичайними були випадки калькування слів, словосполучень, синтаксичних конструкцій з польської, німецької, церковнослов'янської, російської мов типу *представляти, представлене, предложене; думаю вже посідати, дав му зрозуміти, спосібність рушати наперед* тощо. У будові речення запозичення виявилось, наприклад, у вживанні означення після означуваного слова: «*Питомці тої семінарії від р. 1794 кілька разів давали в мурах семінарських вистави театральні, розуміється, польські*» (І. Франко). Різниця від східноукраїнської мовної практики й правописна система, застосовувана в Західній Україні.

1891 р. із критикою мови віршів галицьких поетів виступив Б. Грінченко, чим започаткував дискусію про шляхи творення єдиної літературної мови. Те, що основою єдиної української літературної мови має бути мова центральноукраїнських регіонів, формулювалося пред-

ставниками західноукраїнської інтелігенції. Найчіткіше ця позиція була сформульована І. Франком у статті «Говоримо на вовка – скажімо і за вовка» (Зібр. тв., т. 28. К., 1980, с. 167–175), де письменник наголосив на тому, що потрібно вивчати місцеві говірки на всій території України й закликав використати їх «на пожиток цілості».

Отже, українська літературна мова помітно збагатилася внаслідок взаємодії із південно-західним наріччям: її словниковий склад поповнився словами абстрактного значення (*вибух, розпач, прагнути, досконалість, здолати*), термінами з різних галузей науки, суспільного життя (*відхилення, провідник, недоторканність особи, ухвала, продукти, звіт*), словами на позначення різних реалій (*тека* та ін.).

Калініченко А.
НТУ «ХПІ»

МОВЛЕННЄВІ ПОМИЛКИ В ЗОВНІШНІЙ РЕКЛАМІ

Реклама відіграє в житті людини важливу роль. Її запровадили непомітно, і поступово вона стала невід’ємною частиною нашого життя. Уявімо сучасність без таких виявів реклами, як плакати, стенди, афіші, вітрини, календарі, буклети! Особливості створення текстів для них уже довгий час є предметом вивчення та лінгвістичного аналізу й давно вийшли на професійний рівень, спираючись на дані психолінгвістики та лінгвістичного аналізу тексту.

Реклама повинна «звучати», бути насиченою, гранично короткою та грамотно складеною. Ось чому тема цієї роботи є доволі актуальною. Пройдімося лише вулицями нашого міста. Чи переконуємося ми, що сучасна реклама відповідає всім нормам грамотності літературної мови? Гадаю, що ні.

Мова реклами має пропагувати найкращі зразки практичної реалізації української літературної мови. Недотримання цього правила значною мірою шкодить вияву державного статусу української мови, не сприяє вирішенню завдань щодо її поширення серед українського глядача, не підвищує його освітній рівень. Це негативно впливає на імідж компанії, що затвердила неграмотний рекламний текст, та на її місце серед інших компаній.

Рекламні тексти слід писати літературною мовою з урахуванням мовних норм, закріплених як обов’язкові на певному етапі розвитку суспільства. Мовознавці розрізняють норми слововживання, наголосу, морфологічні, синтаксичні, орфографічні й пунктуаційні. Отже, у про-